

TERESA SASIŃSKA-KLAS

SMS generation in Poland in the light of comparative studies | Pokolenie SMS-u w Polsce w świetle badań porównawczych

KEY WORDS

SMS, information technologies, communicating, cellular (mobile) phone

SŁOWA KLUCZOWE

SMS, technologie informacyjne, komunikowanie, telefon komórkowy

ABSTRACT

SMS generation, i.e. generation of users of this form of communication is a generation oriented at making use of information: access to it and possibility of its further transfer. For Polish teenagers a mobile phone is a communication tool which competes with direct communicating, it does not supersede it completely, but co-exists more and more actively and changes proportions between the number of direct and indirect contacts, basically in favour of the latter. SMS generation is a generation opened to new technologies and not being afraid of what they bring into life.

STRESZCZENIE

Pokolenie SMS, czyli pokolenie użytkowników tej formy komunikacji to generacja zorientowana na korzystanie z informacji: dostępu do niej i możliwości jej przekazywania. Telefon komórkowy stanowi dla polskich nastolatków narzędzie komunikowania, które konkuruje z komunikacją bezpośrednią, nie wypiera jej całkowicie, ale coraz aktywniej współwystępuje i zmienia dotychczasowe proporcje między liczbą kontaktów bezpośrednich i pośrednich, poszerzając zasadniczo te ostatnie. Pokolenie SMS-u to generacja otwarta na nowe technologie i nieobawiająca się tego, co one wnoszą w ich życie.

Dzieci lepiej sobie radzą, skupiając uwagę na kilku rzeczach jednocześnie. Ale ceną za to jest nieskupianie się na żadnej w dostatecznym stopniu.

(Patricia Greenfield, Dyrektor Dziecięcego Centrum Mediów Cyfrowych, UCLA, Kalifornia, USA)

Młodzi i technologie informacyjne

Polacy w 2002 r. wysłali ponad trzy miliardy SMS-ów, co oznacza, że przeciętnie każdy posiadacz telefonu komórkowego wysłał ok. 300 wiadomości tekstowych. W roku 2003 – jak podaje tygodnik „Newsweek” – przeciętna nastolatka wystukuje miesięcznie już ok. 200 SMS-ów¹. Co to oznacza? Czy to moda, chwilowe zafascynowanie nowinką technologiczną czy zapowiedź bardziej trwałej zmiany w procesie mediamorfozy i jej społecznego znaczenia? W 2002 roku w Polsce użytkowano 11 milionów telefonów komórkowych, a dziś mają one ilościową przewagę nad telefonami stacjonarnymi².

Sześćdziesiąt procent młodych mieszkańców miast w Polsce posiada – w świetle ostatnich danych – telefon komórkowy: w małych miasteczkach i na wsiach liczba ta wynosi od 21% (w Zamojskiem) do 26% (Łomżyńskie i Ciechanowskie)³. Rozmowy przez komórkę, wysyłanie e-maili i pogaduszki na czatach internetowych stały się od niedawna pasją wielu współczesnych dzieciaków, głównie nastolatków, ale zjawisko to nasila się w coraz niższych grupach wiekowych. Z potocznych obserwacji i wypowiedzi księży katolickich w Polsce wynika, że jednym z coraz częściej w ostatnich dwóch/trzech latach otrzymywanych prezentów przez dziewięciolatków przystępujących do Komunii św. jest telefon komórkowy. A zatem dzieci, a następnie nastolatki, to pokolenie, które coraz częściej czatuje, esemesuje, serfuje i mailuje, itp. Krótkie wiadomości tekstowe – SMS-y – kilka lat temu były nowością. Dziś dzieciaki za pomocą komórek ściągają z sieci piosenki, w telefonach komórkowych i palmtopach

¹ F. Guterl, *Za dużo informacji?*, „Newsweek” 2003, nr 36, s. 70.

² K. Szwałek, *SS-mania*, „Angora” 2003, nr 7, s. 31.

³ L. Ostalowska, *W autobusie nie odbieram*, „Gazeta Wyborcza” 2003, dod. „Wysokie Obcasy” nr 2.

mają wbudowane aparaty cyfrowe, wymieniają zdjęcia i nagrania głosowe. Młode pokolenie wyrasta w otoczeniu nowych technologii informacyjnych i pozytywnie reaguje na wszelkie nowości. Czy SMS, z którego coraz aktywniej korzystają dzieci i młodzież, to medium czy też jest to jedynie usługa dostępna w ramach telefonu komórkowego? Czy SMS staje się nowym środkiem komunikowania, czy nowszą wersją jakiejś tradycyjnej komunikacji? Wypiera ją, czy wspomaga? Na te i inne pytania poszukiwać będziemy odpowiedzi, prezentując wyniki empirycznych badań socjologicznych nad pokoleniem użytkowników krótkiej wiadomości tekstowej, czyli SMS-u (z ang. *Short Message System*), przeprowadzone na początku tego roku w wybranych szkołach krakowskich.

Metodologia badań

Celem badań, które zostały zrealizowane w okresie od grudnia 2002 do końca marca 2003 r., była próba stworzenia – są to pierwsze pogłębione badania empiryczne przeprowadzone w Polsce na ten temat – analitycznego obrazu młodego pokolenia użytkowników telefonii komórkowej. Do badań wybrano młodzież szkolną w wieku 14–18 lat. Badania zrealizowano na próbie 400 osób, a ostatecznie do analizy zakwalifikowano 397 ankiet. Byli to uczniowie 3 szkół gimnazjalnych i 2 liceów ogólnokształcących z następujących szkół krakowskich: Gimnazjum nr 7 w Zespole Szkół Ogólnokształcących, Gimnazjum nr 16, Gimnazjum nr 23 w Zespole Ogólnokształcącym Szkół Integracyjnych nr 2, X Liceum Ogólnokształcące i XVII Liceum Ogólnokształcące. Jak wspomniałam wyżej, badania nie miały charakteru reprezentatywnego dla całej populacji nastolatków w wieku 14–18 lat, natomiast chodziło w nich o uzyskanie pogłębionego obrazu pozwalającego na dokonanie porównań użytkowników w różnych przedziałach wiekowych.

Decydując się na wybór szkół, wzięto pod uwagę ich usytuowanie w różnych częściach miasta po to, by dotrzeć do zróżnicowanej grupy respondentów.

Przebadano – przy użyciu ankiety – 43 respondentów w wieku 14 lat, 122 w wieku 15 lat, 97 w wieku 16 lat, 92 w wieku 17 lat i 36 uczniów w wieku 18 lat oraz 6 w wieku 19 lat, w tym 236 dziewczyn i 161 chłopców. Badania zostały zrealizowane w ramach międzynarodowego projektu badawczego realizowanego wspólnie z Institut für Kommunikationsforschung, Technische Universität w Ilmenau, w Niemczech oraz Katolickiego Uniwersytetu w Limie, w Peru. Analiza porównawcza wyników badań niemieckich i peruwiańskich – przeprowadzonych na podobnych zasadach – zostanie podjęta w jesieni 2003 r. i przewiduje się jej zakończenie wiosną 2004 r. Celem powyższych badań porównawczych było uchwycenie kierunku i charakteru zmian społecznych, w tym zmian pokoleniowych, związanych z rozwojem technologii informacyjnych, w tym telefonii komórkowej. Chodzi tu o wskazanie na podobieństwa oraz odmienności w zakresie sposobu korzystania z telefonów komórkowych w krajach o różnym stopniu zaawansowania w wykorzystywanie możliwości, jakie wiążą się z posiadaniem telefonu komórkowego. Uwaga badawcza zo-

stała szczególnie skoncentrowana na komunikowaniu się – przy użyciu telefonu komórkowego – poprzez przesyłanie krótkich wiadomości tekstowych, czyli SMS-ów, dla uzyskania odpowiedzi na pytania: kto korzysta z takiej formy, jak często i w jakim celu. Generalnie w badaniu chodziło o ustalenie, na ile wysunięta hipoteza badawcza, że grupa 14-18-latków to pokolenie SMS-u, znajduje potwierdzenie w rzeczywistości.

Badania przeprowadzono metodą ankiety audytoryjnej. Każdy z respondentów otrzymał do wypełnienia dwudziestosiedmiostronicową ankietę, która miała charakter anonimowy i zawierała dwadzieścia jeden modułów tematycznych:

1. Posiadanie telefonu komórkowego

Chodziło tu o ustalenie, czy uczeń/uczenica posiada telefon komórkowy. Jeśli tak, to z ilu telefonów komórkowych korzysta. Osoby nieposiadające telefonów komórkowych przechodziły do wypełniania modułu siedemnastego.

2. Telefon komórkowy jako sprzęt

W module tym chodziło o uzyskanie większej liczby informacji o preferencjach użytkownika telefonu komórkowego odnośnie do sprzętu. Ponadto ustalano, od kiedy ankietowany/ankietowana są użytkownikami telefonu, z usług jakiej sieci korzystają, jakiej marki jest posiadany przez nich telefon, czy jest łatwy w obsłudze i czy istotne jest, by telefon, z którego korzystają, był rozwiązaniem technicznym najnowszej generacji czy też nie.

3. Koszty związane z posiadanym telefonem komórkowym

Istotne z punktu widzenia prowadzonych badań było ustalenie, kto pokrywa koszty zakupu i użytkowania telefonu komórkowego oraz jakie są typowe miesięczne koszty związane z używaniem komórki.

4. Kontakty przez komórkę

Moduł ten zawierał pytania dotyczące zachowań i przyzwyczajeń użytkowników telefonów komórkowych i zawierał pytania typu: *Jak często masz ze sobą komórkę wychodząc z domu? Jak często w nocy włączona jest Twoja komórka? Czy czujesz się skępowany/a, jeżeli używasz publicznie Twojej komórki (np. na ulicy, w autobusie, w kawiarni)?*

5. Komórka w szkole

Ponieważ badano młodzież szkolną, zamierzano ustalić, na ile wykorzystuje i posługuje się ona telefonem komórkowym w szkole. W ankiecie pytano o to, czy i jak często komórka jest używana w trakcie zajęć, na przerwie, oraz o to, czy jest wykorzystywana do odpisywania zadań domowych i oszukiwania nauczycieli w szkole. Zakładano, że anonimowość ankiety pozwoli na ustalenie tej kwestii.

6. Komórka na co dzień

Z obserwacji potocznej wynika, że dla jednych użytkowników komórka stanowi symbol bycia modnym, dla innych – to narzędzie komunikacji zwiększające poczucie

bezpieczeństwa. Chodziło o ustalenie, co przeważa wśród badanej młodzieży, czym ona jest dla nastolatków?

7. Rozmowy telefoniczne przez komórkę

Chodziło tu o ustalenie, jak często młodzież rozmawia przez komórkę? Z kim najczęściej prowadzi rozmowy telefoniczne – z rówieśnikami czy z rodzicami i rodziną?

8. SMS przez komórkę

Od tego modułu rozpoczynała się najistotniejsza – z punktu widzenia podjętych badań – część ankiety. Wszystkie dalsze pytania dotyczyć będą SMS-u. Zamierzano przede wszystkim ustalić, jak często badani użytkownicy telefonów komórkowych otrzymują SMS-y. Służyły temu celowi następujące pytania: *Ile SMS-ów dostałaś/eś w ostatnim tygodniu? Jak często piszesz SMS wspólnie z przyjaciółmi? Ile wysłanych i otrzymanych SMS-ów może maksymalnie zapamiętać Twoja komórka? Ile SMS-ów wysłałeś/aś w ostatnim tygodniu przez Internet?*

9. Język SMS-owy

Tu badani mieli nieograniczoną dowolność w udzielaniu odpowiedzi. Proszono ich o napisanie skrótów (i ich znaczeń), jakich najczęściej używają w przekazywanych i otrzymywanych SMS-ach. Pytano także o to, czy badani sami tworzą wersy i rymy oraz przekazują stworzone przez innych skróty myślowe bądź powiedzonka.

10. SMS i czas

Czy czas, pora dnia ma jakieś znaczenie dla przesyłania SMS-ów? O jakiej porze najczęściej badana młodzież SMS-uje? Jak często młodzi odpowiadają na SMS-y? Jak długo oczekują na odpowiedź?

11. SMS i miejscowości

Skąd najczęściej nastolatki wysyłają SMS-y? Na ile SMS jest przydatny w zlokalizowaniu drugiej osoby?

12. SMS i miłość

Czy SMS jest wykorzystywany do flirtu i wyznań miłosnych? Jak często? Zadano tu m.in. takie pytania, jak: *Jak często mówisz komuś przez SMS, że go lubisz lub kochasz? Jak często kończyłeś/zrywałeś przy pomocy SMS?*

13. SMS i nastroje

Czy częstotliwość wysyłania SMS-ów jest w jakikolwiek sposób związana z emocjami, nastrojami? Czy nuda, samotność, smutek, strach bądź radość wpływają na to, ile razy nastolatek/ka sięga po komórkę, by wysłać jakąś wiadomość?

14. SMS i reklama

W tej części umieszczono tylko dwa pytania o to, jak często docierają do badanych nastolatków SMS-y zawierające reklamę i jaki jest ich stosunek do takiej usługi.

15. Treści SMS

Chodziło tu o ustalenie przyczyn, dla których nastolatki wysyłają SMS-y. Pytanie zawiera kafeterię możliwych odpowiedzi, np. aby utrzymać kontakt z bliskimi ci ludźmi, aby kogoś wesprzeć lub otrzymać wsparcie w kłopotach, umówić się telefonicznie na spotkanie, przesłać e-mail, itp. Badanych proszono o zaznaczenie, które powody są im najbliższe.

16. Inne usługi z telefonu komórkowego

Ma on także inne funkcje aniżeli rozmowy bądź wysyłanie SMS-ów. Można z niego przysłać wiadomości obrazkowe, e-maile, serwisy informacyjne, gry, e-maile – poprzez Internet i inne coraz nowsze usługi. Na ile młodzież korzysta z tych możliwości?

17. Komórka jako czynnik przeszkadzający

Od tego modułu ponownie ankietę wypełniali zarówno użytkownicy telefonów komórkowych, jak i ci, którzy ich nie posiadają. W tej części chodziło o poznanie opinii nastolatków na temat telefonii komórkowej, a więc zarówno tych, których to dotyczy bezpośrednio, jak i pośrednio. Zamierzano także ustalić, w jakich sytuacjach – w opinii nastolatków – telefon komórkowy staje się narzędziem przeszkadzającym w komunikacji międzyludzkiej bądź swoistym utrudnieniem.

18. Komórka jako symbol statusu

Czy dla młodzieży komórka jest „narzędziem ułatwiającym życie” czy też wykorzystywana jest w celu zaimponowania innym?

19. Komórka jako nałóg

Z telefonów komórkowych korzystają zarówno nastolatki, jak i osoby wiekowo zaawansowane, a także ludzie starsi. Posiadają je i jedni, i drudzy. Niektórzy nie rozstają się z nimi nawet na chwilę. Czy dotyczy to także młodzieży? Czy zdążyła się już uzależnić od komórki, czy też zachowuje dystans wobec tego narzędzia? W czym przejawia się uzależnienie?

20. Komórka w środowisku społecznym

Telefonia komórkowa to zjawisko społeczne o młodym i krótkim rodowodzie. Czy nastolatki uświadamiają sobie nowość, a także zmiany, jakie jej dynamiczny rozwój w ciągu ostatnich lat wniósł w życie różnych społeczeństw?

Ustaleniu tego służyły m.in. pytania: *W jakim stopniu – Twoim zdaniem – telefon komórkowy zmienił komunikację między ludźmi? Od jakiego wieku – według Ciebie – ludzie obecnie powinni mieć swój telefon komórkowy? Czy wśród młodzieży jest obecnie gorzej widziane, jeżeli ktoś nie posiada komórki?*

21. Wiedza o telefonii komórkowej

W tej części zadano pytania sprawdzające wiedzę respondentów na temat telefonii komórkowej. Podano kilka pojęć, np. *roaming*, SMS, GSM, z prośbą o przedstawienie ich pełnego znaczenia.

Ankiety zamknęły pytania metryczkowe o wiek, płeć, klasę, nazwę szkoły oraz kilka pytań dotyczących korzystania z Internetu, telefonu stacjonarnego, komputera.

Wypełnienie ankiety zajęło badanym przeciętnie ok. 30 minut. Na ogół badani entuzjastycznie odnosili się do tematu badawczego, wykazywali żywe zainteresowanie problematyką ankiety, chętnie na nią odpowiadali, co wskazuje na to, że urządzenie to jest „bliskie” współczesnej młodzieży. Czasami badani zwracali uwagę, że ankieta jest dość długa, ale równocześnie mówili, że temat jej jest dla nich osobiście bardzo ciekawy, stąd ocenić należy wstępnie podjęcie tego tematu badawczego pozytywnie.

Pokolenie SMS w świetle badań empirycznych

Przyjęta dla badań hipoteza zawierała założenie, że w wyniku badań ustalone zostanie, w jakim stopniu młodzi użytkownicy telefonów komórkowych stanowią kategorię socjologiczną wyróżnioną ze względu na: a) swoje zachowania konsumenckie odniesione do dostępnych na rynku nowych technologii informacyjnych oraz b) zachowania komunikacyjne, związane z korzystaniem z dostępnych technologii, co – w konsekwencji – wywołuje skutki wśród jej użytkowników o charakterze społecznym oraz psychologicznym.

Wyniki badań w pełni potwierdziły zasadność przyjętej hipotezy. A oto niektóre z najważniejszych ustaleń.

Telefon komórkowy jako sprzęt

Spośród 397 badanych aż 260 osób deklaruje, że posiada telefon komórkowy, co stanowi 65% badanej zbiorowości 6,5% posiada na swój użytek dwa telefony komórkowe, 3 uczniów posiada więcej niż dwie komórki, a 33,7% (132 osoby) nie mają w ogóle telefonu komórkowego.

Dziewczęta częściej niż chłopcy (93,1% dziewcząt i 82% chłopców) posiadają telefony komórkowe. Natomiast chłopcy (16%) częściej niż dziewczęta (6,3%) mają więcej niż jeden telefon komórkowy.

Jak ważny jest dla nastolatków telefon komórkowy? Dla 53,8% badanych ważne jest jego posiadanie, przy czym częściej dla dziewcząt (57,5%) niż dla chłopców (48%). Dla 26,2% jest bardzo ważne to, czy ktoś posiada, czy też nie posiada takiego telefonu. Zatem dla 80% badanych nastolatków posiadanie telefonu komórkowego jest czymś ważnym. Twórcy telefonii komórkowej zapewne nie przewidywali, do jakiego stopnia wprowadzone przez nich narzędzie komunikacyjne okaże się istotne i zostanie wysoce społecznie zaakceptowane przez tak młodą grupę pokoleniową, jaką jest młodzież, stanowiąca w tym przypadku niesamodzielną kategorię w sensie finansowym. Badania pokazały, że rodzice badanych użytkowników telefonów komórkowych uczestniczą w zdecydowanej większości w pokrywaniu kosztów jej użytkowania. Blisko połowa badanych (49,6%) deklaruje, że to rodzice opłacają koszty związane z używaniem komórki, 31,9% podało, że częściowo opłaty ponoszą rodzice, a częściowo oni sami. Tylko 16,9% twierdzi, że płaci samodzielnie za użytkowanie komórki.

Średnie miesięczne koszty użytkowania komórek przez nastolatków wynoszą do ok. 60 zł miesięcznie. Następny przedział opłat zamyka się powyżej 60 a 150 zł miesięcznie. Najwyższa wymieniona kwota wynosiła 400 zł miesięcznie. Najniższa wymieniana opłata to 10 zł. Ponad 2/3 badanych korzysta z komórki „na kartę”, czyli *pre-paid* (67,3% badanych). Pozostali, tj. 32,7% to użytkownicy komórki „na abonament”.

Spośród badanych 60% deklaruje, że jest dla nich ważne, aby ich telefon wyglądał ładnie i odpowiadał najnowszym rozwiązaniom technologicznym. Dla 40% nastolatków nie ma to szczególnego znaczenia. Także istotne jest dla 62,5% badanych, aby posiadany przez nich telefon był znanej marki. 2/3 spośród nich twierdzi ponadto, że jest dla nich ważne, aby telefon był łatwy w obsłudze. Jenocześnie 74% użytkowników telefonów jest zadowolonych z posiadanych obecnie aparatów, tylko 2% przyznaje się do tego, że często używa komórki w celu zrobienia na kimś wrażenia.

Największą popularnością – spośród trzech operatorów telefonii komórkowej świadczących usługi na polskim rynku – wśród gimnazjalistów i licealistów cieszy się sieć IDEA – 54,4% nastolatków korzysta z jej usług. Drugą co do popularności jest sieć PLUS i korzysta z niej 24,3% badanych. Podobną popularnością cieszy się sieć ERA, z której usług korzysta 23,6% nastolatków w badanym przedziale wiekowym.

Wśród młodzieży szkolnej najpopularniejszy jest telefon marki NOKIA – 37,3%, na drugim miejscu wymieniany jest telefon marki Siemens – 21,8%, a następnie telefon firmy Motorola – 15,5%. Te trzy marki dominują wśród telefonów komórkowych młodzieżowych użytkowników w Polsce. Na dalszych miejscach znajdują się telefony firm: Alcatel, Ericsson i Samsung.

Najwyższy odsetek osób, które mają telefon komórkowy, deklaruje, że nabyły go w latach 1999-2002 (w 1999 r. – 17,85%, w 2000 r. – 22,8%, w 2001 r. – 23,9%, a w 2002 r. – 27,4%).

Telefon komórkowy jest wielofunkcyjnym urządzeniem służącym komunikacji międzyludzkiej (rozmowy, nadawanie SMS-ów, MMS-ów, dostęp do Internetu i inne, jak kalendarz, budzik, kalkulator, gry, itp.). Im nowszej generacji jest telefon, tym więcej zawiera rozwiązań technicznych. Stąd – raz jeszcze należy podkreślić – dla 2/3 badanych istotne jest, by ich telefon odpowiadał najnowszym rozwiązaniom technicznym.

Rozmowy telefoniczne przez komórkę

Badani nastolatkwie na ogół rzadko prowadzą rozmowy ze swojego telefonu komórkowego. Najczęściej deklarowano, że jest to około 5 rozmów na tydzień. Tak twierdzi 35% badanych. Tylko jedna osoba powiedziała, że w ostatnim tygodniu rozmawiała ok. 70 razy przez telefon komórkowy, 3 osoby rozmawiały ok. 40 razy, 6 osób ok. 30 razy.

Rozmowy przez telefon komórkowy prowadzą badani najczęściej ze swoimi przyjaciółmi i znajomymi. Ok. 12% deklaruje, że codziennie odbywają taką rozmowę,

24% – że kilkakrotnie w ciągu tygodnia 11% codziennie prowadzi rozmowy ze swoimi najbliższymi przyjaciółmi. Dopiero po nich plasują się rozmowy z rodzicami lub opiekunami prawnymi – tylko 7% nastolatków deklaruje, że codziennie w ten sposób komunikuje się ze swoimi rodzicami. Natomiast tygodniowe nasycenie liczbą rozmów z rodzicami jest wśród badanych najwyższe i wynosi 29%. Spośród tych, którzy mają sympatię, swojego chłopaka bądź dziewczynę, 37% przyznaje, że prowadzi z nimi rozmowy codziennie, a 32% – że kilkakrotnie w ciągu tygodnia.

SMS-y przez komórkę

Badani nastolatkowie znacznie częściej korzystają z usługi SMS dostępnej w telefonii komórkowej niż z połączeń telefonicznych. Najczęściej otrzymują po około 10 SMS-ów tygodniowo – to prawie 17% ankietowanych. Następnie po 20 SMS-ów – ok. 13% badanych, 30 SMS-ów – 10% badanych oraz 15 SMS-ów – ok. 8% badanych.

Najwyższa deklarowana liczba otrzymywanych tygodniowo SMS-ów to 180 – podała ją 1 osoba, 120 SMS-ów – 2 osoby, 100-ów – 9 osób.

Ani jednego SMS-u w ciągu tygodnia nie otrzymało tylko 7 osób, co stanowi ok. 2,7%, a 1 SMS tylko 3 osoby, tj. 1,2%.

Ponad 2/3 badanych (66,9%) chciałaby otrzymywać więcej SMS-ów, 27,4% nie ma wyrobionego poglądu w tej sprawie, a tylko 5,7% pragnęłoby otrzymywać ich mniej. Da się zatem łatwo zauważyć, że usługa wysyłania SMS-ów przez telefon komórkowy cieszy się wysoką popularnością i akceptacją w pokoleniu polskich nastolatków. Jeśli dostrzeżony trend utrzyma się przez dłuższy okres, a nie będzie tylko wyrazem chwilowej mody, to jest to bardzo obiecujący sygnał dla operatorów telefonii komórkowej oferujących swe usługi w tym zakresie. To atrakcyjna zapowiedź poszerzania się kręgu użytkowników telefonii komórkowej i – równocześnie – interesujący wskaźnik dotyczący przesuwania się poziomu wieku użytkowników do coraz niższych przedziałów, a także obiecująca prognoza w sensie finansowym. Czas pokaże, w jakim kierunku ewoluować będą wychwycone w badaniach i obserwacjach socjologicznych trendy w zakresie zachowań konsumenckich odniesionych do nowych technologii informacyjnych.

Z kim nastolatki SMS-ują najczęściej? Ze swoim chłopakiem/dziewczyną – 54% deklaruje, że codziennie przesyła swojemu stałemu partnerowi bądź partnerce SMS. Na drugim miejscu mieszczą się SMS-y wysyłane do przyjaciół i znajomych – 37% robi to codziennie, a 45% kilkakrotnie w ciągu tygodnia. Kontakty SMS-owe z rodzicami bądź opiekunami są znacznie rzadsze. Jedynie nieco ponad 3% badanych deklaruje, że przesyła swoim rodzicom codziennie SMS, a 4% robi to kilkakrotnie w ciągu tygodnia.

Można zatem – w świetle przeprowadzonych badań – stwierdzić, że komunikowanie się poprzez wysyłanie SMS-ów stanowi wśród młodego pokolenia polskich gimnazjalistów i licealistów szczególny sposób komunikowania. Młodzi korzystają z tego sposobu komunikowania bardzo często, komunikują się ze swoimi rówieśnikami przy

pomocy SMS-u nieporównywalnie częściej niż poprzez rozmowy telefoniczne. Korzystanie z komórek zmienia kontakty międzyludzkie pod względem ilościowym, zwiększając ich liczbę, oraz pod względem jakościowym, tworząc nowy styl porozumiewania się i przekazywania sobie wzajemnie informacji. Krótkie wiadomości tekstowe, czyli SMS-y, to usługa, która – jak wydawało się twórcom telefonii cyfrowej jeszcze kilka lat temu – miała mieć co najwyżej komplementarne, lecz raczej drugorzędne znaczenie. Niezwykle pozytywna odpowiedź ze strony młodego pokolenia użytkowników wskazuje, że ta forma komunikacji nieformalnej nabrała w ostatnich latach istotnego znaczenia i przejęła wiele funkcji dotychczas rejestrowanych w zakresie kontaktów bezpośrednich.

80% badanych twierdzi, że bardzo często bądź zawsze ma przy sobie telefon komórkowy. Zatem są dostępni, uchwytli i mogą w każdej sytuacji nawiązać kontakt z bliskimi sobie osobami. Spośród badanych uczniów 72% zabiera ze sobą do szkoły swoją komórkę, 15% używa jej podczas zajęć szkolnych bądź przerw szkolnych. 80% nie wyłącza wcale swojej komórki w ciągu dnia, a ponad połowa badanych nie wyłącza jej nawet w porze nocnej. Badane nastolatki korzystają wszędzie ze swojej komórki. Tylko 8% twierdzi, że w miejscach publicznych odczuwają pewien dyskomfort, gdy używają komórki. Dla pozostałych jest bez znaczenia, czy korzystają z komórki w sytuacjach prywatnych czy w miejscach publicznych. Z badań przeprowadzonych w 2001 r. przez CBOS na temat korzystania z telefonów komórkowych wynikało, że takie miejsca jak kościół, teatr, kino i szkoła są wymieniane jako te, w których telefon komórkowy powinien być wyłączony⁴. Na początku 2003 r. – jak wskazują wyniki powyższych badań – poziom tolerancji i akceptacji dla korzystania z telefonów komórkowych w szkole znacznie się podniósł i w oczach nastolatków nie stanowi to jakiegokolwiek problemu.

Badania wykazują, że komórkowa komunikacja stanowi aktualnie bardzo atrakcyjną i często stosowaną formę porozumiewania się młodzieży między sobą. Jest to związane z niższymi kosztami wysyłania wiadomości tekstowych niż rozmawianie przez telefon. Odsetek osób, które deklarują, że rozmawiają ze swoimi najbliższymi partnerami przez telefon jest stosunkowo niski, natomiast dominuje forma komunikowania się poprzez przesyłanie krótkich wiadomości tekstowych, średnio 25 SMS-ów na tydzień.

Korzystanie z telefonów komórkowych to także wyrabianie pewnych nawyków, rytuałów komunikacyjnych. Komunikat tekstowy ma ograniczoną liczbę znaków – 160. Ten fakt wpływa na sposób, styl i jakość komunikowania się drogą tekstową. Ograniczona liczba znaków powoduje, że stosuje się skróty, neologizmy i narusza tradycyjne zasady pisowni, zwłaszcza w sensie gramatycznym i interpunkcyjnym. Stąd często nastolatki stosują emotikony, czyli sekwencje znaków interpunkcyjnych, w sposób wi-

⁴ *Opinie o korzystaniu z telefonów komórkowych*, „Komunikaty CBOS” Nr 106(2001) – www.cbos.com.pl

zualny wyrażających emocje. Emotikony to rodzaj „ścieżki na skróty” i to stanowi o ich zalecie. Emotikon wprowadził po raz pierwszy 16 września w 1982 r. Scott E. Fahlmann, gdy zaproponował w przesyłanej poczcie elektronicznej użycie graficznej wizualizacji dla wyrażenia emocji⁵.

Emotikony nabierają globalnego znaczenia jako kody komunikacyjne, bowiem w sposób graficzny wyrażają treści, najczęściej o charakterze emocjonalnym, które nie wymagają poznania kodu językowego jego nadawcy. Dotyczy to np. wyrażenia uczuć takich, jak: radość :-)) bądź smutek :-(. Także w komunikacji internetowej – poprzez pocztę elektroniczną – można emocje wyrażać w ten sposób. A zatem emotikony coraz częściej zmieniają nasz sposób komunikowania się i nastolatki w tym procesie zmiany sposobu komunikowania pełnią aktywną i twórczą rolę.

Istotną zaletą SMS-ów, wysoce cenioną przez młodzież, jest ich uniwersalność i szybkość. 94% ankietowanych oczekuje odpowiedzi na wysłany przez siebie SMS natychmiast lub po kilku minutach. Także sami – jak deklarują – szybko odpowiadają na otrzymaną wiadomość. Ponad połowa badanych prowadzi drogą SMS-ową swego rodzaju *rozmowy*, wymienia zdania, wielokrotnie przysyłając SMS-y w obu kierunkach. Rodzi to – z konieczności – potrzebę przekazania w krótkim czasie jak największej ilości informacji za pomocą jak najmniejszej liczby znaków. To nowy język SMS-owy, którego podstawowym zadaniem jest umożliwienie jak najszybszego porozumienia się. Jest to język spontaniczny i naturalny, na co wskazują badani licealiści.

Telefon komórkowy jako narzędzie interakcji międzyludzkich

Aktywne korzystanie z możliwości, jakie zawierają się w telefonii komórkowej, jak przesyłanie SMS-ów czy ostatnio MMS-ów, prowadzi do wielu zmian w procesie komunikacji międzyludzkiej. Powyższe badania są tego przykładem. Wskazują na narastające społeczne znaczenie telefonu komórkowego, który staje się jednym z najnowszych wyznaczników prestiżu. Telefon komórkowy podnosi wagę grup odniesienia w kontekście jego posiadania i użytkowania, pełni istotną funkcję fatyczną, bowiem służy przede wszystkim podtrzymaniu kontaktów między osobnikami. 44,7% ankietowanych deklaruje, że pisze pozdrowienia SMS-owe, aby utrzymać kontakt z bliskimi osobami i jest to dla nich ważne. Dla 40,7% jest to czasami ważne, a dla 37% badanych SMS jest częstym sposobem umawiania się na spotkania z przyjaciółmi lub znajomymi. Natomiast, co może budzić pewne zastanowienie i wskazuje na możliwość podjęcia oddzielnej analizy tego tematu, SMS-owa komunikacja w sferze uczuciowej nie jest postrzegana przez badaną młodzież jako istotna i nie wkroczyła w sferę spraw prywatnych. Na pytanie ankiety: *Jak często flirtowałeś/aś przy pomocy SMS-ów?* 23,2% odpowiedziało, że często, 31,1%, że czasami, 18,1%, że rzadko, a 17,3 twierdzi, że nigdy. 10,2 % deklaruje, że często flirtuje przy pomocy SMS-ów. Można zatem – na podstawie badań – wysnuć wniosek, że młodzi nastolatkwie nie

⁵ A. Wasilewska-Śpioch, Pierwszy :-)) – www.weinf.pl/news.php?lp=2812 [16.09.2002]

przenieśli do komunikacji SMS-owej swoich przeżyć osobistych. Nie jest to jakiś wyrazisty nowy trend komunikacyjny. Natomiast da się zauważyć, że komunikacja SMS-owa wspomaga sferę prywatno-uczuciową kontaktów międzyludzkich, jednak komórka nie przejęła całkowicie kontaktów bezpośrednich i nie przeniosła ich do sfery więzi wirtualnych. 79,6 % badanych nigdy nie pytało drogą SMS-ową dziewczyny czy chłopaka, czy chciałaby/łby chodzić z nią/nim na stałe. Często robi to jedynie 1,2% badanych. Także interesujące są odpowiedzi badanych na pytanie: *Jak często kończyłeś/aś znajomość i zrywałeś/aś przy pomocy SMS-ów?* 76,1% badanych nigdy nie kończyło znajomości w ten sposób, a tylko 0,8% deklaruje, że robi to bardzo często.

Natomiast na pytanie: *Jak często mówisz komuś przez SMS, że go lubisz lub kochasz?* 24,7% odpowiedziało, że często, 24,3% – czasami, 20% – nigdy, 18% – rzadko, a 12,9% deklaruje, że robi to bardzo często. Rozkład odpowiedzi nie wskazuje na jakąś wyrazistą tendencję, jednak obserwuje się nieznaczną skłonność do podtrzymywania tą drogą poczucia sympatii lub miłości wobec partnera lub partnerki. Zatem można wnioskować, że SMS-y nie pełnią szczególnie istotnej roli w komunikacji między dwojgiem ludzi w związkach partnerskich.

Komunikacja przy użyciu SMS-u – jak wskazują wyniki badań – jest jedną z wielu form komunikacji służących przekazywaniu zarówno informacji, jak i emocji. Pełni rolę istotnego środka komunikacji przede wszystkim poprzez podtrzymywanie kontaktów międzyludzkich. Komunikaty przesyłane drogą SMS-ową stwarzają dodatkowe możliwości komunikacyjne jej nadawcom i odbiorcom, ale nie zastępują dotychczasowych form komunikacyjnych, tylko je wspomagają. 45% badanych wysyła swoim znajomym pozdrowienia tą drogą, co służy podtrzymaniu więzi międzyludzkich, a więc wskazuje na fatyczną funkcję tej formy komunikacji. Jednakże 47,4% podaje, że nigdy nie pisze SMS-ów, gdy się boi, a 4,3% robi to często w takich sytuacjach. Można to interpretować następująco: strach odbierany jest w sposób bardziej abstrakcyjny, wywołuje przez to niewiele spersonalizowanych skojarzeń i nie jest przełamywany poprzez komunikację SMS-ową. Zatem nie potwierdza się hipoteza, że telefon komórkowy stanowi szczególnie sposób zaspakajania indywidualnych potrzeb psychologicznych młodych ludzi. Wyniki badań wskazują, że nie występują istotne zależności między abstrakcyjnymi uczuciami, zarówno pozytywnymi, jak i negatywnymi, a potrzebą wysyłania SMS-ów. Wiadomość tekstowa nie pełni zatem znaczącej roli w przekazywaniu uczuć wzniosłych, jak i radzeniu sobie z problemami w sytuacjach trudnych stanów psychicznych. Tę rolę wypełniają bezpośrednie formy komunikacji.

Wnioski końcowe

Badania miały odpowiedzieć na pytanie, czy nowoczesne technologie informacyjne, w tym przypadku telefonia komórkowa z jej rosnącymi możliwościami komunikacyjnymi, wpływają w istotny sposób na życie młodych ludzi w taki sposób, że możemy mówić o narodzinach nowej kategorii społecznej, czyli pokolenia SMS. Tak, można stwierdzić, że telefon komórkowy stał się w ostatnich latach ważnym i wysoce akcep-

towanym przez młode pokolenie narzędziem komunikacji i odgrywa istotną rolę w wielu aspektach jego życia: komunikacyjnym, społecznym, psychologicznym i konsumpcyjnym.

Pokolenie SMS, czyli pokolenie użytkowników tej formy komunikacji to generacja zorientowana na korzystanie z informacji: dostępu do niej i możliwości jej przekazywania. Telefon komórkowy stanowi dla polskich nastolatków narzędzie komunikowania, które konkuruje z komunikacją bezpośrednią, nie wypiera jej całkowicie, ale coraz aktywniej współwystępuje i zmienia dotychczasowe proporcje między liczbą kontaktów bezpośrednich i pośrednich, poszerzając zasadniczo te ostatnie. Jego zaletą jest szybkość przekazywania informacji. Młodzi szybko udzielają odpowiedzi na otrzymane SMS-y i tego samego oczekują od swoich nadawców. Chcą, aby telefon komórkowy był też łatwy w obsłudze, czyli funkcjonalny, ale niekoniecznie, by atrakcyjnie wyglądał. Pokolenie SMS-u to generacja otwarta na nowe technologie i nie obawiająca się tego, co one wnoszą w ich życie. To pokolenie nastawione na informację, szybko dostępną, funkcjonalnie przekazywaną, niezależne w dostępie do niej i komunikacji międzyludzkiej oraz otwarte na nowe technologie informacyjne. To pierwsze roczniki pokoleniowej zmiany, które zarejestrowano w przeprowadzonych badaniach, zwłaszcza odnośnie do nowej formy komunikowania. Czy zapowiada to nową epokę komunikowania? Poszukiwanie pełnej odpowiedzi na to pytanie będzie zapewne przedmiotem wielu dalszych, bardziej pogłębionych obserwacji, analiz i studiów naukowych.